

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Gugun Gunawan

20140530154

Strategi Promosi *Event* TOF (Tasikmalaya Oktober Festival) Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Tahun 2017

Tahun Skripsi: 2019

Kepustakaan: 18 Buku + 10 Jurnal + 1 Sumber Internet

Tasikmalaya Oktober Festival (TOF) merupakan *event* tahunan Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tasikmalaya yang diselenggarakan sejak tahun 2016 yang bekerjasama dengan Bank Indonesia Kota Tasikmalaya, dan *stakeholder* pariwisata Kota Tasikmalaya, kegiatan ini menyuguhkan berupa pengenalan pariwisata, budaya dan potensi produk unggulan dari Kota Tasikmalaya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi promosi *event* TOF (Tasikmalaya Oktober Festival) dalam meningkatkan pengunjung tahun 2017 serta mengetahui tanggapan dari para target sasaran *event* TOF (Tasikmalaya Oktober Festival).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan deskriptif kualitatif. Objek penelitian adalah strategi promosi *event* TOF (Tasikmalaya Oktober Festival) dalam Meningkatkan Jumlah pengunjung tahun 2017. Subjek penelitian terdiri dari dua narasumber dari pihak Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tasikmalaya dan lima orang dari pengunjung *event* TOF 2017. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara mendalam dan dokumentasi.

Hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa selama tahun 2017 *event* TOF (Tasikmalaya Oktober Festival) menggunakan media elektronik, media cetak, media luar ruang dan media sosial untuk melakukan promosinya. Dalam melakukan promosinya *event* TOF 2017 menargetkan kepada seluruh kriteria masyarakat dengan menggunakan sistim penyebaran informasi seputar penyelenggaraan.

Kata Kunci : Strategi, Promosi, *Event*.

ABSTRACT

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social and Political Science

Department of Communication

Concentration of Advertising

Gugun Gunawan

20140530154

Event Promotion Strategy of TOF (Tasikmalaya October Festival) in Increasing the Number of Visitors in 2017

Undergraduate Thesis Year: 2019

Bibliography: 18 Books + 10 Journals + 1 Website (Internet)

Tasikmalaya October Festival (TOF) is an annual event of Youth, Sport, Culture and Tourism Office of Tasikmalaya City which was held since 2016. This event was in corporate with Bank Indonesia of Tasikmalaya, and some of tourism stakeholder of Tasikmalaya. This event presented in order to introduced the tourism, culture and special potential product from Tasikmalaya City. This research is aimed to describe the event promotion strategy of TOF (Tasikmalaya Oktober Festival) in order to increasing the number of visitors in 2017 and also to know the response from the target event of TOF (Tasikmalaya Oktober Festival).

Meanwhile, this research uses a qualitative descriptive method. The object research is the event promotion strategy of TOF (Tasikmalaya Oktober Festival) in increasing the number of visitors in 2017. The research subject includes of two informants from Youth, Sport, Culture and Tourism Office of Tasikmalaya and five persons of the TOF event in 2017. The data submission technic used interview session and documentation.

The research result that has ben done conclude that in 2017, the event of TOF (Tasikmalaya Oktober Festival) used electronic media, print media, space external media and social media in managing the promotion activities. Besides that, in promoting its event, TOF 2017 targeted to all society criteria by spreading information system regarding the event.

Keyword : Strategy, Promotion, Event.